MORA : « La plateforme idéale pour lancer un produit »

Mora n'a pas ménagé ses efforts pour Resto-Expo. Avec un méga-stand et un food truck sur la 'food truck lane', la marque a surtout célébré le 50e anniversaire du Sitostick par le lancement du Smokin' Sito. Un produit que les visiteurs ont croqué avec délectation.

« Bien sûr, nous voulons être là pour le côté social, déclare Marc Ernes de Mora. À Resto-Expo, nous pouvons rencontrer nos clients dans un cadre d'exception, très bien organisé. C'est un **événement de haut niveau**. C'est aussi la plateforme idéale pour braquer les projecteurs sur une nouveauté. Cette année, nous venons de lancer la production du Smokin' Sito. Pour bon nombre de visiteurs, ce salon a été l'occasion idéale de découvrir ce nouveau produit. À part cela, nous avons également choisi d'être présents dans le patio culinaire. Nous y avons proposé à un chef de faire la démonstration de ce qu'il était possible de faire avec nos produits classiques dans une brasserie ou une taverne. Nous voulons ainsi aider nos clients à répondre aux souhaits du consommateur en quête d'une expérience payable, fiable et néanmoins originale. »

NOYEN : « C'est vraiment l'endroit où nous pouvons livrer notre récit »

À Resto-Expo, Noyen a proposé un food truck, mais aussi des démonstrations dans le patio culinaire. « Principalement dans le but de relater notre histoire, dit Bart Dewaele. Pour nous, c'est plus important que la vente pure. Cette dernière, ce sera pour plus tard. »

Noyen vise les produits savoureux et fiables à base de viande. « Nous sommes fermement convaincus que le monde du snack est lui aussi confronté à un consommateur exigeant un produit à la fois délicieux, durable, fiable et qualitatif. Le client qui exprime sa désapprobation face au énième scandale autour de la viande est aussi celui qui commande un hamburger dans la friterie ou le snack-bar. Cette **sensibilité à un produit fiable** ne fera que croître. C'est la raison pour laquelle nous optons davantage pour la présentation de notre démarche que pour la vente. Le feedback que nous recevons dans ce salon est très positif et prometteur. Je constate que les gens du monde des snacks et de la restauration au sens large sont de plus en plus conscients de l'importance de la fiabilité dans l'ensemble de la chaîne. »

KADÉ : « Des réactions très positives de la part des visiteurs »

KaDé propose des tartes au fromage, du beurre et du fromage aux fines herbes artisanaux. Dans le 'patio culinaire' central de Resto-Expo, Dirk De Decker et son épouse Sabine De Laet ont su convaincre un grand nombre de visiteurs de la qualité de leur assortiment.

Grâce à ses superbes tartes au fromage aux fraises et aux fruits des bois, le duo a assurément su attirer visuellement l'attention des visiteurs. « Ensuite, bien sûr, il faut savoir parler aux gens, dit Dirk au sujet des trois jours de salon. Notre proposition de tartes au fromage en quatre saveurs et nos autres produits ont suscité pas mal de réactions positives. Notamment au sujet de notre emballage sous blister, qui nous permet d'amener nos tartes en toute sécurité chez nos clients. Nous sommes **très contents des réactions** que nous avons enregistrées ici. Nous sentons que les gens apprécient vraiment notre solution, qui allie confort et sécurité. Nous sommes très satisfaits de notre participation. »

BREYDEL : « Réactions enthousiastes au food truck et à nos produits »

Le fabricant de viande Breydel était lui aussi présent pour la première fois à Resto-Expo. « Nous sommes agréablement surpris par les réactions très positives que nous avons enregistrées, conclut Frans Boone, directeur commercial de la marque. Les exploitants de friteries voient eux aussi de nombreuses possibilités dans nos produits précuits. »

Breydel était aux avant-postes de la 'food lane' de Resto-Expo avec son food truck aux allures américaines. « L'expérience que veut vivre le consommateur, nous essayons de l'offrir également aux visiteurs du salon, dit Frans Boone pour résumer l'approche de Breydel. Cette expérience est contenue dans notre offre. Breydel est synonyme de produits de viande cuits au four. Comme nos produits sont précuits au four, ils présentent de nombreux avantages. Un jambon précuit a par exemple une bien meilleure saveur. Nos hamburgers sont particulièrement juteux. Outre les **avantages gustatifs**, vous bénéficiez également des **avantages pratiques**. Nos produits ne nécessitent plus que très peu de manipulations une fois dans l'établissement. C'est apprécié par de nombreux exploitants de friteries. Ce sont souvent devenu des restaurants à part entière, où un produit nécessitant peu de manipulations est toujours le bienvenu. Notre présence dans ce salon sera sans doute reconduite. »

LES EXPOSANTS & VISITEURS AU SUJET DE RESTO-EXPO

LA LORRAINE – PANESCO : « Les clients cherchent l'inspiration »

Chez le fabricant de pain La Lorraine-Panesco, rien que des visages satisfaits. « Resto-Expo est un moment très important pour nous, dit Danny Renders. Nous y rencontrons de très nombreux clients que nous voulons volontiers inspirer. »

« Toute l'année durant, nous avons une équipe de 15 personnes qui sillonnent le pays, explique Danny. Leur mission consiste à rendre visite à des personnes et à les aider à surprendre les clients par leur offre. Nous observons aussi que les gens sont réellement à la recherche de cette inspiration. Resto-Expo est un des principaux événements du monde de la restauration. Il est donc logique que nous tentions d'**y faire ce que nous nous efforçons de faire toute l'année**. En Belgique, nous avons à coup sûr 10.000 clients. Il n'est pas réaliste de les visiter tous. Ici, en trois jours, nous pouvons offrir des idées et de l'inspiration au plus grand nombre, comme nous le faisons tout au long de l'année avec notre équipe 'mobile'. L'année prochaine, nous reviendrons, c'est sûr. »

DELIGOÛT : « Notre première présence à Resto-Expo est une réussite »

Deligoût produit des gaufres belges authentiques et cherche à s'implanter dans le secteur de l'horeca. « La demande de solutions rapides et délicieuses augmente vite, dit Françoise De Plancke. Ici, nous pouvons toucher un grand nombre de clients potentiels en quelques jours. »

« Depuis le déménagement de notre production à Mouscron, nous grandissons très vite, explique Françoise. Le secteur de la restauration a découvert que grâce à nous, il peut offrir très simplement une gaufre tout à fait délicieuse. À Resto-Expo, les visiteurs peuvent goûter à notre authentique gaufre de Bruxelles, prête en quatre minutes à peine. Cette préparation demande très peu de travail et ne produit pour ainsi dire aucun déchet. **Notre gaufre plaît au propre comme au figuré.** Ce salon nous a procuré bon nombre de contacts et de contrats intéressants. À cet égard, notre présence ici nous a valu de jolis résultats. »

24e édition pour Jean-Pierre de la Frituur Smulplezier

Jean-Pierre Van Belle de la Frituur Smulplezier d'Alsemberg compte parmi les visiteurs les plus fidèles du salon. « J'ai assisté au 24 éditions. Tout a jadis commencé au Bosuil à Anvers. Au fil des ans, cet événement s'est agrandi et amélioré. »

« La première édition s'est encore tenue au club de football de l'Antwerp, se souvient Jean-Pierre. À l'époque, on nous a même proposé des vols en hélicoptère. Ensuite, nous avons déménagé à Saint-Nicolas-Waes, puis ici, à Flanders Expo à Gand. »

« **Le salon n'a cessé de grandir.** Après 24 éditions, j'y prends toujours autant de plaisir. J'ai mon établissement depuis 25 ans et je sais pertinemment que s'arrêter, c'est reculer. Je viens encore toujours à ce salon pour apprendre et découvrir. Et pour savourer. Y compris les spectacles. Le meilleur concert était sans conteste celui d'Eddy Wally. Nous n'avons plus jamais revécu une telle ambiance depuis ! »

15e visite de Jurgen et Helena de 't Lekkerbekje

Pour Jurgen et Helena de 't Lekkerbekje à Zwijnaarde, Resto-Expo, ce sont trois jours complets de bonheur. « Tout a commencé avec ce salon il y a 15 ans, dit Jurgen. Nous sommes venus à l'époque pour trouver de l'inspiration pour l'établissement que nous avions ouvert. Depuis lors, nous n'avons manqué aucune édition. »

« Pour nous, c'est surtout un **événement social**, dit Helena, enthousiaste. Après toutes ces années, nous avons appris à connaître une foule d'autres frituristes et bon nombre de gens dans les entreprises et chez les fournisseurs. Ce sont toujours de formidables rencontres. »

Le côté social est aussi le plus important pour Jurgen. « Bien entendu, au salon, vous apprenez des choses au sujet des produits. Et vous pouvez y faire de bonnes affaires. Mais pour nous, ce n'est pas le principal. Nous venons **savourer**. Nous fermons même exceptionnellement notre établissement le lundi pour pouvoir assister au programme de la soirée. Les deux autres jours, nous passons en journée et sommes simplement ouverts le soir. »

Première visite pour Giuseppe de Pep' La Frite

Pour la Friterie Pep' La Frite de Morlanwelz, la 24e édition de Resto-Expo a été une première découverte du salon. Une première qui, semble-t-il, appelle une suite…

« Gand n'est pas particulièrement près de la porte, mais le déplacement en valait la peine, estime Giuseppe Alaimo de la Friterie Pep' La Frite après sa premier visite à Resto-Expo. Vous pouvez y **découvrir pas mal de nouveaux produits** en peu de temps. J'ai par exemple vraiment apprécié la découverte du Bicky Fish Burger. J'ai eu le temps et la possibilité de goûter et de comparer. C'est quand même très intéressant. »

Le vaste assortiment de produits proposé au salon était une vraie surprise pour le nouveau venu. « J'ai un établissement très classique, donc moins tourné vers le côté culinaire. Mais ce dernier est néanmoins intéressant. Et les points bonus et les cadeaux sont bien entendu une plus-value pour mon équipe et moi. Et j'ai apprécié aussi le **côté festif**. Nous prenons un jour de congé spécial pour le salon, il peut donc y avoir un peu de fête. Nous sommes vraiment satisfaits! »